

# IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENERTIBAN DAN PENGAWASAN REKLAME DI KOTA MALANG OLEH SATPOL PP BERDASARKAN PERATURAN WALIKOTA NO 19 TAHUN 2013 TENTANG PERIZINAN REKLAME

**Evi Adnatul Millah<sup>1</sup>, Bashori Muchsin<sup>2</sup>, Sunaryanto<sup>3</sup>**

*Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,*

*Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*

*LPPM Unisma Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*

*Email : eviadnatulmillah26@gmail.com*

## **ABSTRAK**

*Kesadaran Masyarakat dalam hal perizinan reklame masih tergolong minim. Sampai saat ini masih bermunculan pemasangan reklame ilegal yang mempengaruhi keindahan Kota Malang. Pemerintah khususnya Satpol PP yang bertugas dalam penertiban dan pengawasan reklame ilegal tidak sepenuhnya bisa mengatasi masalah reklame ilegal melihat hal ini maka perlu adanya Implementasi Kebijakan penertiban dan pengawasan reklame oleh satpol pp berdasarkan peraturan wali kota malang.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi kebijakan dalam upaya penertiban dan pengawasan reklame Oleh satuan polisi pamong praja, factor pendukung dan penghambat dalam mengatasi upaya tersebut.*

*Desain penelitian yang dipakai adalah deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah Kepala Satuan Polisi Pamong Praja, Anggota Satuan Polisi Pamong Praja, Pihak Penyelenggara Reklame, Pemilik Usaha di Kota Malang. Peneliti bertindak sebagai instrument penelitian dengan menggunakan alat bantu pedoman wawancara. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Analisa data penelitian menggunakan empat tahap yaitu, pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data dan penarikan kesimpulan.*

*Hasil penelitian menunjukkan penertiban dan pengawasan oleh satuan polisi pamong praja kota Malang yang dilaksanakan oleh penyelenggara reklame dan pelaku usaha penyelenggara reklame sudah sesuai dengan ketentuan. Hal tersebut dilihat dari indikator standar penertiban dan pengawasan, penilaian kegiatan, dan pengambilan tindakan perbaikan. (1) standar penertiban dan pengawasan terpenuhi karena terdapat standar yang baku dalam penertiban dan pengawasan reklame serta disepakati bersama antara pihak pengawas dan pihak yang diawasi. (2) Penilaian kegiatan terhadap penyelenggaraan reklame dilakukan secara rutin pada setiap harinya. (3) Pengambilan tindakan perbaikan melalui penertiban dan pengawasan reklame yang melanggar telah berjalan dengan baik. Factor pendukung dalam implementasi kebijakan penertiban reklame adalah (1). Adanya komitmen yang tinggi dari petugas Tim Reklame Kota Malang. (2). Adanya data dan informasi mengenai pelanggaran reklame. factor penghambat dalam implementasi kebijakan penertiban dan pengawasan (1). Jumlah personil Satuan Polisi Pamong Praja yang terbatas, (2). Anggaran pengawasan reklame yang kurang, (3) Sanksi dalam regulasi yang lemah.*

Kata kunci : Implementasi kebijakan, penertiban, pengawasan, reklame

## **1. PENDAHULUAN**

Kota Malang dikenal sebagai kota pendidikan. Gelar yang dimiliki oleh kota Malang berpengaruh

terhadap kondisi perekonomiannya. Dalam hal perekonomian kawasan usaha mengalami perkembangan yang cukup pesat. Keadaan ini ditandai dengan semakin banyaknya keberadaan papan reklame

di Kota Malang. Penggunaan papan reklame dinilai sebagai media yang paling tepat dan efektif sebagai kegiatan informasi dan promosi. Namun, hal ini tentu saja akan menjadi tidak efektif jika dilakukan secara tidak beraturan.

Didalam perkembangan dunia usaha tersebut memberikan dampak positif dan negatif. Salah satu dampak negatifnya adalah semakin tidak teraturnya pemasangan reklame di Kota Malang. Banyaknya iklan media ruang terbuka yang ada di Kota Malang ternyata tidak semuanya telah memiliki izin dan bisa dikatakan ilegal. Hal tersebut terbukti dengan adanya razia reklame yang tidak berizin yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang.

Sehingga untuk mengetahui secara mendalam pengawasan reklame tersebut, maka peneliti berusaha mencari fakta dan jawaban melalui penelitian dan tertarik mengambil judul “Implementasi Kebijakan Penertiban dan Pengawasan Reklame di Kota Malang Oleh Satpol PP Berdasarkan Peraturan Walikota No 19 tahun 2013 tentang Perizinan Reklame”.

#### **KAJIAN PUSTAKA**

Wahyu Dhanang Nugraha (2015) dengan judul “Pengawasan Reklame Dalam Upaya Memaksimalkan Fungsi Ruang Publik Di Kota Yogyakarta” Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan reklame di Kota Yogyakarta sudah sesuai dengan ketentuan dalam suatu pengawasan. Meskipun telah berjalan sesuai dengan ketentuan, namun masih terdapat hambatan-hambatan yang menyertai pelaksanaan pengawasan tersebut.

Jelita Amalia (2015) “Pengawasan Penyelenggaraan Pajak Reklame Di Kota Serang”. Hasil dari penelitian ini yaitu: pengawasan penyelenggaraan reklame di Kota Serang belum maksimal, hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor yaitu masih banyaknya wajib pajak yang tidak patuh untuk membayar pajak, kurangnya sumber daya manusia yang memadai, jadwal dalam pelaksanaan pengawasan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang ada, dan tidak adanya sanksi tegas bagi wajib pajak yang tidak patuh akan aturan.

Widyo Hatmadi (2012) “Analisis Pengawasan Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi *Regulerend*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan sudah semakin membaik dengan berdirinya unit pelayanan pajak daerah sehingga pengawasan semakin dekat dengan objek reklame. Namun masih terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaan pengawasan semakin dekat dengan objek reklame. Namun, masih terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaan pengawasan seperti kurangnya pengolahan data yang baik.

Vivin Rahayu Noviansyah (2015) “Implementasi Peraturan Daerah Kota Medan No 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penertiban izin reklame di Kota Medan berdasarkan Peraturan Walikota

Medan Nomor 17 Tahun 2014 mengalami beberapa hambatan diantaranya adalah pembagian kewenangan yang belum berjalan dengan sempurna karena masa peralihan penertiban izin reklame belum genap satu tahun pada saat penelitian dilakukan. A adanya kebingungan yang dirasakan oleh para adversiting reklame di Kota Medan dengan banyaknya aturan-aturan yang harus dipenuhi serta adanya kegamangan dari peraturan tersebut karena hingga akhir desember 2014 pihak Dinas Tata Ruang dan Tata Ruang Bangunan tidak mengeluarkan izin reklame.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan penekatan kualitatif. penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode diskriptif.

### **B. Latar Penelitian**

Tempat penelitian merupakan tempat dimana sebenarnya penelitian akan menangkap objek yang diteliti untuk memperoleh data atau informasi, dan alokasi yang dipilih terletak di Kota Malang yaitu Dinas Ketertiban Kota Malang Satpol PP. Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong 2000 : 97).

### **C. Fokus Penelitian**

Sebuah penelitian harus mempunyai fokus penelitian untuk mempertajam dan lebih dekat dengan tercapainya tujuan penelitian. Adapun fokus dalam penelitian ini adalah :

- 1) Peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam Implementasi Kebijakan penertiban dan pengawasan reklame ilegal berdasarkan Peraturan Walikota Malang No 19 tahun 2013 tentang perizinan Reklame.
- 2) Faktor pendukung dan penghambat Implementasi Kebijakan penertiban dan pengawasan reklame di Kota Malang dengan sub fokus :
  - a) Faktor pendukung dalam implementasi kebijakan penataan reklame di Kota Malang.
  - b) Faktor penghambat dalam implementasi kebijakan penataan reklame di Kota Malang.

### **D. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrument utama. Lexy J. Moleong (2012:68) menjelaskan peneliti merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan pada akhirnya peneliti menjadi pelapor hasil penelitiannya. Peneliti sebagai instrument berperan sebagai alat yang berupaya memahami terhadap metode kualitatif dan juga proses pelaksanaan pengawasan izin penyelenggaraan reklame di Kota Malang.

## E. Sumber dan Jenis data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua sumber yaitu sumber primer dan sekunder.

### 1) Sumber Data Primer

Sumber data primer yang diperoleh pada penelitian ini diantaranya mengenai pelaksanaan pengawasan yang diterapkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja. Kemudian hasil dari pelaksanaan pengawasan tersebut, diperoleh data jumlah pelanggaran dan rekomendasi penertiban, serta laporan mengenai pengawasan reklame secara umum di Kota Malang.

### 2) Sumber sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tentang dokumen-dokumen seperti surat rekomendasi, buku-buku literatur, serta peraturan perundangan terkait Pelaksanaan Penertiban dan Pengawasan Reklame di kota Malang Oleh satpol PP berdasarkan Peraturan Walikota Malang No 19 Tahun 2013.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data di dalam penelitian dapat dilakukan dengan cara

### 1) Wawancara / Interview

Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur (indept interview) yang menggunakan pedoman wawancara dan pertanyaannya berkembang sesuai dengan situasi dan informasi yang dibutuhkan sehingga terjadi wawancara interaktif antara peneliti dan informan.

### 2) Observasi langsung

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lapangan mengenai pelanggaran yang terjadi terkait dengan reklame di Kota Malang dan proses penertiban reklame yang melanggar, setelah itu didokumentasikan ke dalam catatan-catatan lapangan sebagai sumber informasi untuk diolah menjadi bahan analisis dalam pembahasan.

### 3) Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mendeskripsikan serta mengidentifikasi proses pengawasan reklame. Dokumen yang digunakan adalah sebagai berikut : 1. Peraturan Walikota Malang No 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklme. 2. Data jumlah pelanggaran dan rekomendasi penertiban dari Dinas Ketertiban Kota Malang yaitu Satuan Polisi Pamong Praja.

## G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data dengan triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal ini ditujukan untuk mengecek kebenaran dan mengklarifikasi data dan informasi yang diperoleh dari seluruh informan penelitian, sehingga peneliti dapat memperoleh informasi yang valid untuk membantu dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan terkait

dengan pelaksanaan pengawasan penyelenggaraan reklame di wilayah Kota Malang.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif yang diungkapkan oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2011:246) yaitu proses analisis yang dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Proses analisis data ini menggunakan empat tahap yaitu :

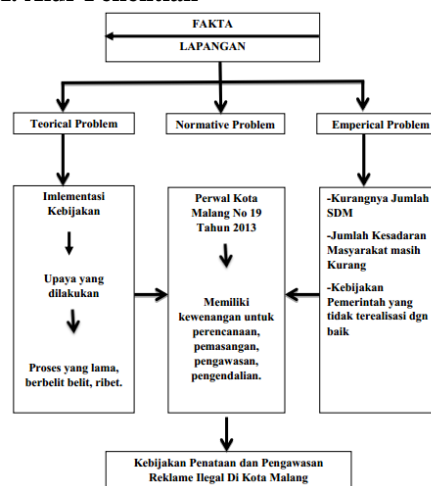
### 1) Pengumpulan Data

### 2) Reduksi Data

### 3) Penyajian data

### 4) Penarikan Kesimpulan

## I. Alur Penelitian



## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### Peran Satuan Polisi Pamong Praja

Pengawasan reklame di kota Malang merupakan salah satu bagian dari wewenang dinas ketertiban kota Malang, khususnya Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang untuk menjaga ketertiban, keindahan, kenyamanan, dan kerapian. Pengawasan reklame di Kota Malang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja yang berwenang sebagai bagian dari tugas untuk mengawal penyelenggaraan reklame sebagai tugas penegak peraturan daerah.

Dalam hal penertiban dan pengawasan reklame ilegal di Kota Malang pemerintah kota Malang melakukan dengan membuat sebuah tim yang bernama Tim Reklame yang bertugas dibawah naungan Kabid KUKM (Ketentraman Umun dan Kesejahteraan Masyarakat). Pelaksanaan Peraturan Walikota Malang No 19 tahun 2013 mengenai perizinan reklame, sebagaimana yang tercantum dalam pasal 2 ayat (1) yang berbunyi: (1) Penataan reklame yang diatur menurut :

- 1) Tempat;
- 2) Jenis;
- 3) Sifat;
- 4) Ukuran;
- 5) Kontruksi; dan
- 6) Kawasan.

Terdapat lokasi yang merupakan kawasan khusus dan kawasan bersih untuk penyelenggaraan reklame yaitu kawasan bebas, merupakan kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame yaitu meliputi:

- 1) Kawasan Ijen Boulevard.
- 2) Kawasan bundaran Jalan Tugu, kecuali di dalam persil.
- 3) Kawasan Jalan Kartanegara, kecuali di dalam persil,
- 4) Kawasan Jalan Veteran, kecuali di dalam persil,
- 5) Kawasan pendidikan
- 6) Kawasan kantor pemerintahan
- 7) Kawasan tempat ibadah, dan
- 8) Kawasan taman/hutan kota di Jalan Malabar.

#### Penilaian Penyelenggaraan Reklame

Penilaian dalam arti disini merupakan tindak lanjut dari adanya standar yang telah ditetapkan untuk pengawasan penyelenggaraan reklame yang berpedoman pada Peraturan Walikota nomor 19 tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame. Dalam proses ini, untuk mengukur pencapaian penyelenggaraan reklame dari pihak penyelenggara (wajib pajak) yang dibandingkan dengan standar yang ada apakah sudah selesai dengan ketentuan atau belum. Pihak Dinas Ketertiban mempunyai pengawas yang berjumlah 10 orang. tim ini tidak dibagi melainkan berjalan berkelompok. Pengawasan pelaksanaannya dilakukan setiap hari kecuali hari kamis dan minggu. Kemudian setelah tahap ini akan dilakukan evaluasi untuk kegiatan selanjutnya.

#### Perbaikan Penyelenggaraan Reklame

Berikut ini adalah data kegiatan penertiban perda No 4 tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Tabel 1. Hasil penegakan perda No 4 tahun 2006 pada bulan januari

No	Minggu Ke	Jumlah
1	1	40
2	2	10
3	3	42
4	4	74

Sumber: Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, 2018, diolah.

Tabel 2. Hasil Penegakan Perwali kota Malang No 19 tahun 2013 pada Bulan Februari

No	Minggu Ke	Jumlah
1	1	51
2	2	43
3	3	21
4	4	51

Sumber: Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, 2018, diolah.

Dari data diatas dalam 2 bulan penelitian dapat disimpulkan bahwa setiap minggunya pelanggaran reklame di Kota Malang memang tidak stabil. Kesadaran dari pihak penyelenggara reklame dan pelaku usaha bahwa pentingnya mengurus izin reklame perlu ditingkatkan. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Adam (Tim Reklame) wawancara pada tanggal 3 April 2018 mengatakan bahwa: “..pengawasan yang dilakukan olehsatuan polisi pamong praja kota malang harus dibarengi oleh kesadaran masyarakat khususnya penyenggara reklame kalo mereka tidak sadar ya seperti kucing-kucingan dengan petugas. Hari ini kami bersihkan besok ada lagi..”

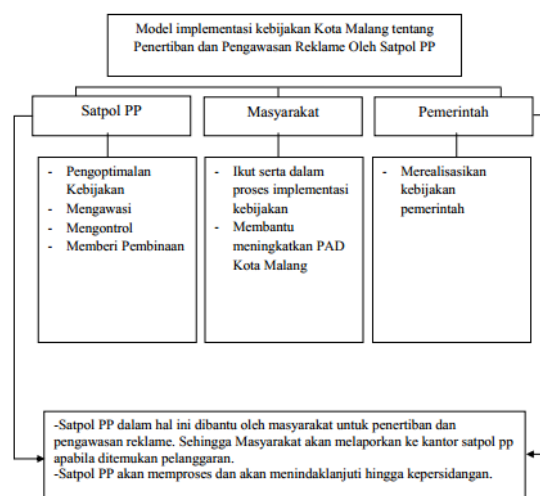
#### Faktor penghambat dalam implementasi kebijakan penataan reklame di Kota Malang

Dalam penertiban dan pengawasan reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang tidak lepas dari faktor-faktor yang menghambat antara lain

- 1) Jumlah Personil Satuan Polisi Pamong Praja Terbatas
- 2) Kurangnya Anggaran Pengawasan Reklame
- 3) Sanksi dan Regulasi lemah

#### B. Exiting Model

Model Penertiban dan Pengawasan Reklame Oleh Satpol PP



Gambar 1. Exiting Model, Diolah.

#### C. Pembahasan

Adapun permasalahan reklame yang isidentil yang berupa banner, spanduk, panfelt dll, yang sering ditertibkan Oleh Satuan Polisi Pamong Praja adalah sebagai berikut:

No	Jenis Reklame	Tindakan yang diambil
1	Salah Memasang Reklame	Dilakukan eksekusi yang berupa pengambilan reklame dan disimpan oleh satpol pp dan menunggu konfirmasi dari penyelenggara reklame untuk mengambil dan memasang reklame tersebut ditempat yang sudah ditetapkan sesuai dengan perizinannya.
2	Izin Reklame Habis	Dilakukan penertiban oleh satpol pp berupa penyitaan dari tempatnya dan dilakukan pemusnahan.
3	Reklame Ilegal	Langsung dieksekusi dan langsung dimusnahkan setelah operasi penertiban.

Sumber : Satuan Polisi Pamong Praja Pemerintah Kota Malang 2018, diolah.

Tabel 3 Data Jenis Pelanggaran Reklame Berukuran Besar Yang Sering Ditertibkan

No	Jenis Reklame	Tindakan yang diambil
1	Tidak ada izinnya	Pihak Satuan Polisi Pamong Praja langsung mengambil tindakan dengan cara menyita atau membongkar reklame yang benar-benar nyata tidak mempunyai izin (Ilegal)
2	Salah Tempat	Satuan Polisi Pamong Praja menyita reklame yang salah tempat, dan pihak satpol pp akan memberi surat peringatan dan surat teguran.

Dalam agenda terakhir yakni pengambilan tindakan. Pada hal ini hanya dilkaukan apabila pada bagian sebelumnya dipastikan telah terjadi penyimpangan. Tidnakan penertiban merupakan bagian dari perbaikan, artinya tindakan ini diambil dengan tujuan untuk menindak lanjuti laporan-laporan mengenai penyelenggara reklame yang menyalahi aturan agar sesuai dengan yang telah ditetapkan. Berdasar selama penelitian 2 bulan data dari Satuan Polisi Pamong Praja pada minggu pertaman bulan januari terdapat 40 kasus pelanggaran, minggu ke dua

10 pelanggaran, minggu ke tiga 42 pelanggaran, dan minggu ke empat 74 pelanggaran. Dan pada bulan february di minggu pertama 51 pelanggaran, minggu ke dua 43 pelanggaran, minggu ke tiga 21 pelanggaran, 51 pelanggaran.

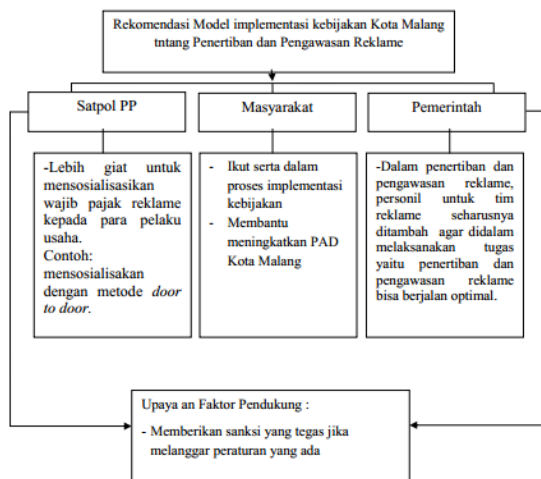
Dengan adanya kasus ini dapat dilihat bahwa jumlah pelanggaran setiap minggunya tidak menentu. Sejauh ini dari hasil wawancara dan observasi, peneliti berpendapat bahwa dalam mengambil tindakan terhadap pelanggaran penyelenggara reklame Satuan Polisi Pamong Praja telah melakukan tugas dan wewenang sesuai dengan regulasi yang ada. Langkah awal dalam penertiban dan pengawasan reklame yaitu, mencatat temuan-temuan pelanggaran di seluruh wilayah Kota Malang, proses selanjutnya mereka melakukan surat peringatan kepada pihak penyelenggara reklame ilegal sampai dengan tuga kali surat peringatan dalam selang waktu 3 minggu.

Apabila mereka tidak mendengarkan maka satuan polisi pemong praja melakukan surat teguran dan surat teguran tersebut juga tuga kali dalam selang waktu 1 minggu. Apabila mereka tetap tidak mendengarkan maka akan kami sidangkan.

Dalam pelaksanaannya dilihat dari sifat dan waktunya satuan polisi pemong praja melakuakan operasi rutin yaitu melalui operasi keliling dan pelaporan dari masyarakat dapat membantu dalam proses penertiban dan pengawasan ini. Sebenarnya satuan polisi pamong praja kota malang sudah melakukan penertiban dan pengawasan sesuai dengan wewenang dan prosedurnya hanya saja kesadaran dari pihak penyelenggara reklame masih terlalu rendah oleh sebab itu pentingnya sosialisasi kepada pihak penyelenggara reklame dan pelaku usaha memungkinkan bisa meningkatkan kesadaran para penyelenggara reklame ssehingga dapat menambah Pendapatan Anggaran Daerah (PAD).

#### D. Rekomendasi Model

Rekomendasi model yang dibuat olh peneliti memang tidak jauh dengan exiting modelyang memang sudah diterapkan didalam penertiban dan pengawasan reklame dikota Malang. Nmun ada beberapa point yang perlu dibenahi agar kualitas penertiban dan pengawasan reklame bila ditingkatkan. Rekomendasi moel dibuat berdasarkan adanya beberpa masalah serta keluhan yang terjadi dilapangan. Berikut merupakan gambran rekomendasi model penertiban dan pengawasan reklame.



Gambar 2. Rekomendasi Model, Diolah.

#### 4. PENUTUP

##### A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaan penertiban dan pengawasan reklame di Kota Malang dilaksanakan oleh Satuan Polisi Pamong Praja yang dilakukan dan telah berjalan dengan baik karena setiap terjadi pelanggaran langsung ditindak lanjuti. Dari segi prosesnya, didalam penertiban dan pengawasn sudah terlaksana secara teratur. Pelaksanaan penertiban dan pengawasan tersebut dapat dijabarkan menjadi 3 berikut ini:
  - a) Satuan pamong praja Kota Malang memakai standar baku untuk melakukan penertiban dan pengawasan terkait dengan perizinan reklame. Standar penertiban dan pengawasan tersebut adalah Peruran Wali Kota Malang No 19 Tahun 2013 tentang perizinan reklame.
  - b) Penilaian reklame yng dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja telah sesuai dengan peraturan dan standar yang ada, sehingga satuan polisi pamong praja segea merespon jika terjadi pelanggaran reklame yang terjadi.
  - c) Perbaikan reklame di Kota Malang oleh Satuan Polisi Pamong Praja telah terlaksana dengan teratur dan rutin. Meskipun masih ada hambatan akan tetapi secara umum penertiban dan pengawasan masih tetap berjalan sebagaimana mestinya.
- 2) Faktor pendukung dan penghambat yang menyebabkan Implementasi Kebijakan penertiban dan pengawasan reklame di Kota Malang
  - a) Faktor pendukung dalam implementasi kebijakan penataan dan pengawasan reklame di Kota Malang yaitu: (1). Adanya komitmen yang tinggi dari petugas Tim Reklame Kota Malang. (2). Adanya data dan informasi mengenai pelanggaran reklame
  - b) Faktor penghambat dalam penertiban dan pengawasan reklame di Kota Malang adalah: (1). Jumlah personil Satuan Polisi Pamong Praja

yang terbatas, (2). Anggaran pengawasan reklame yang kurang, (3) Sanksi dalam regulasi yang lemah.

##### B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan dan penertiban reklame di Kota Malang sudah sesuai dengan ketentuan dalam penertiban dan pengawasan. Meskipun telah berjalan sesuai dengan ketentuan, namun masih banyak dijumpai hambatan-hambatan yang dalam melakukan pengawasan dan penertiban tersebut. Hal ini mengandung implikasi bahwa perlu adanya penerapan dalam Implementasi Kebijakan dalam penertiban dan pengawasan izin penyelenggara reklame. Dalam menerapkan Implentasi Kebijakan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja dan menerapkan perbaikan sanksi regulasi untuk membuat saksi dalam penyelenggara reklame ilegal lebih tegas yakni kepada bio jasa, penyelenggara reklame dan pelaku usaha. Melalui Imlementasi Kebijaka tersebut, diharapkan penyelenggara eklame ilegal dapat berkurang secara bertahap.

##### C. Saran

Setelah melaksanakan penelitian mengenai penertiban dan pengawasan reklame ilegal di Kota Malang, maka peneliti memberikan saran untuk pihak yang terlibat dalam pelaksanaannya sebagai berikut:

- 1) Bagi pemerintah : Dalam penertiban dan pengawasan reklame, personil untuk tim reklame seharusnya ditambah agar didalam melaksanakan tugas yaitu penertiban dan pengawasan reklame bisa berjalan optimal.
- 2) Lebih giat untuk mensosialisasikan wajib pajak reklame kepada para pelaku usaha. Contoh : mensosialisasikan dengan metode door to door.
- 3) Perlu adanya sanksi yang baru yang lebih tegas agar para palaku usaha jera. Contoh : Apabila pelaku usaha ketahuan memasang reklame ilegal maka tempat usahanya akan disegel.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Sumber Buku

- Meleong, Lexi. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Tahir, Arifin. 2011. Kebijakan Public dan Transparasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Jakarta. PT. Pustaka Indonesia Press.
- Subarsono, AG. 2005. Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tangkilisan, Hessel Nogi. S. 2003. Implementasi Kebijakan Publik. Jakarta: Lukman Offset.
- Manullang, M. 2005. Dasar-Dasar Manajemen. Yogyakarta : UGM University Press.
- Wahab, Sholichin Abdul. 2012. Analisis kebijakan. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Makmur. 2010. Efektivitas Kebijkn Kelembagaan Pengawasan. Bandung: PT Refika Aditama

#### **Sumber Jurnal dan Skripsi**

- Soelaeman, M.I. (1985). Suatu Upaya Pendekatan Fenomenologis terhadap Situasi Kehidupan dan Pendidikan dalam Keluarga dan Sekolah. Disertasi Doktor pada FPS IKIP Bandung: tidak diterbitkan.
- Nugraha, Wahyu Dhanang. 2015. "Pengawasan Reklame Dalam Upaya Memaksimalkan Fungsi Ruang Publik Di Kota Yogyakarta". Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Noviansyah, Vivin Rahayu. 2015. "Implementasi Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame". Skripsi. Medan : Universitas Sumatra Utara.
- Amalia, Jelita. 2015. "Pengawasan Penyelenggaraan Pajak Reklame Di Kota Serang". Skripsi. Serang : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Hatmadi, Widy. 2012. "Analisis Pengawasan Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi Regulerend". Skripsi. Jakarta : Universitas Indonesia

#### **Sumber Undang-Undang**

- Undang-Undang No.4 Tahun 2006 Tetang Penyelenggaraan Reklame.
- Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah.